知识管理论坛 ISSN 2095-5472 CN11-6036/C
Knowledge Management Forum

E-mail: kmf@mail.las.ac.cn
http://www.kmf.ac.cn

【最佳实践】

对标国际知识型组织的“奥斯卡”——MAKE 奖

◎ 吴庆海

行者互联科技（北京）有限公司 北京 100083

摘要：[目的 / 意义] “最受尊敬的知识型组织 ”MAKE 奖是目前国际范围内最具权威的知识管理奖项。但目前正式刊物鲜见 MAKE 奖的全面介绍，关于参加 MAKE 奖的第一手心得体会更是少见。[方法 / 过程] 通过对历年 MAKE 获奖名单及发布报告进行系统整理和分析的基础之上，结合笔者多年参与 MAKE 奖角逐的实践经验，全面系统介绍 MAKE 奖的基本情况、评奖标准、评奖过程、获奖组织、经验教训等。[结果 / 结论] 随着越来越多的组织开始放眼全球，MAKE 奖的介绍和笔者的经历对于那些立志走向卓越、参加国际对标舞台的企业，将具有极大的参考价值。

关键词：知识管理 最受尊敬的知识型组织 MAKE 奖项 对标

分类号：G250

引用格式：吴庆海 . 对标国际知识型组织的 “ 奥斯卡 ”——MAKE 奖 [J/OL]. 知识管理论坛 , 2017, 2(3): 250-256[引用日期]. http://www.kmf.ac.cn/p/1/140/.

在全球知识管理界，有一项公认的奖项不得不提，那就是享誉全球的“最受尊敬的知识型组织”——MAKE 大奖。MAKE 英文全称是“Most Admired Knowledge Enterprise”，是目前国际范围内最具权威的知识管理奖项，被称为知识管理界的“奥斯卡”。许多公司和知识管理实施者，无不以拿到 MAKE 奖为殊荣。

每年全球 MAKE 大奖的获奖者，都是各个行业的翘楚。2016 年 12 月，公布最新上榜获得全球 MAKE 大奖的名单中，有 Accenture、Alphabet（即 Google）、Amazon、Apple、ConocoPhillips、Deloitte、Ecopetrol、EY、Fluor、FMC、IBM、Infosys、Microsoft、PwC、Samsung、Schlumberger、Siemens、Tata、Tesla、Wipro 等公司，可谓大牌云集，赫赫有名。

这些企业即是当下全球最优秀企业的代表，一定程度上也反映了大家最为看好企业的风向标，其对企业的战略品牌影响程度不言而喻。在上面的获奖名单里，来自美国的获奖组织有 9 家，占比 45%；来自亚洲的获奖组织有 4 家，占比 20%；来着欧洲的获奖组织有 3 家，占比 15%；标注为全球的获奖组织有 3 家，占比 15%；来自南美洲的获奖组织有 1 家，占比 5%。

令人遗憾的是，至今为止还没有一家来自中国的组织获得 Global MAKE 奖，来自印度、韩国等国家的组织却屡获大奖。因此，本文重点介绍 MAKE 奖的基本情况、评奖标准、获奖组织、评奖过程等，同时分享笔者多年参与 MAKE 奖角逐的实践经验，为那些立志走向卓越、参加国际对标舞台的中国企业提供参考和借鉴。

作者简介：吴庆海（ORCID: 0000-0003-3289-905X）行者互联科技（北京）有限公司创始人兼 CEO，博士，E-mail: wqh@sunxz.cc。

收稿日期：2017-06-23 发表日期：2017-06-29 本文责任编辑：刘远颖

知识管理论坛，2017(3):250-256
DOI：10.13266/j.issn.2095-5472.2017.027

1 MAKE 奖概述

1.1 MAKE 奖介绍

MAKE 奖始于 1998 年，是由 Teleos 公司（是一家在知识管理和智力资本领域有着重要地位的英国独立研究机构）联合 KNOW 网络 [1] 共同发起，在全球范围内评估甄选出那些善于利用企业的显性或隐形知识以及智力资本来为股东创造价值的组织。候选者不只限于企业，还包括政府机构、学校、非盈利公益组织等。至 2017 年，通过其十九年的研究及坚持，逐步成为被普遍认可的国际性奖项。

MAKE 奖目前设有国家 / 地区级奖项（例如中国 MAKE、香港 MAKE、印度 MAKE、印尼 MAKE、伊朗 MAKE 等）、洲际区域级奖项（例如亚洲 MAKE、欧洲 MAKE、北美 MAKE）以及全球级奖项，其相关 Logo 请见图 1，其实体水晶奖杯请见图 2。自 2010 年开始，全球级 MAKE 奖又细分为如下两种类别：

1）Global MAKE：即全球 MAKE 奖，包括那些父系组织（含其旗下所有的公司、业务板块、业务单元及机构）、集团或控股组织等；

2）Global Independent Operating Unit (IOU) MAKE：即全球独立运营机构 MAKE 奖，包括私人公司、业务部门、业务单元、组织机构等。



图 1 MAKE 相关 Logo

1.2 MAKE 评选过程及标准

MAKE 奖评选采用的是德尔菲（Delphi）研究方法。由全球财富 500 强企业的领导人以及在知识管理、智力资本、创新或组织学习等领域卓有成就的知名专家组成评选小组，选出知识经济时代那些系统性利用知识取得竞争优势的成功企业，让那些在知识经济时代叱咤风云的先锋组织脱颖而出。



图 2 MAKE 水晶奖杯

MAKE 评奖过程中共有三轮专家评审。第一轮，由专家小组（Expert Panel）直接提名全球任何地方的某个组织，该组织可以是盈利性的、非盈利性或者是公众部门，被提名的组织进入“提名名单（Nominations）”。第二轮，每个专家将从提名组织名单中最多选择出 3 家组织，那些至少被 10% 的专家选择的组织会晋入“决赛名单（Finalists）”。第三轮，也是最后一轮，所有晋入决赛名单的组织将被从如下 8 个方面（这也是所谓的 MAKE 奖 8 大评审标准）进行综合评定、排序并最终确定是否获得 MAKE 大奖：

（1）建立以知识为本的组织文化；

（2）高层领导对知识员工的培养；

（3）研发和交付知识型产品 / 服务 / 方案；

（4）最大化组织的智力资本；

（5）打造协作型组织知识共享环境；

（6）建立和维护学习型组织；

（7）运用客户及利益相关者的知识来交付价值；

（8）将组织知识转化为股东或社会价值。

1.3 MAKE 获奖组织及其表现

从 1998 年至 2016 年，全球 MAKE 奖

评选至今已经历经 19 届，总计有 65 家不同的组织获得过全球 MAKE 大奖。统计 19 年来获得全球 MAKE 奖的企业名单，其中 Accenture、Microsoft 共拿到过 19 次，IBM、E&Y 共拿到过 18 次，PwC 共拿到过 16 次，Siemens 共拿到过 14 次，Samsung 共拿到过 13 次，Google、HP、Infosys、McKinsey、Toyota 共拿到过 12 次，Apple、Fluor、GE、Schlumberger 共拿到过 11 次。这些屡获全球 MAKE 奖殊荣的组织，无疑是全球范围内最优秀知识型组织的典范。作为马拉松式长跑中的佼佼者，能够长期保持江湖地位，殊为不易。

为鼓励更多中、小型组织加入 MAKE 奖对标角逐行列，自 2010 年开始新增全球 IOU MAKE 奖。到 2016 年共历 7 届，总共有 34 家不同的组织获得过全球 IOU MAKE 奖。2016 年全球 IOU MAKE 奖获得者共有 11 家，分别是：Afcons Infrastructure、Hong Kong Police Force、Korea Water Resources Corporation、Nalco Water、Samsung SDS、Singapore Armed Forces、Singapore Power、Tata Consultancy Services、Tech Mahindra、The Titan Company、US NASA。

成功地管理组织的知识会产生巨大的红利。统计 2016 全球 MAKE 大奖得主在纽约证券交易所 / 纳斯达克上市公司的数据，过去 10 年期间（2006-2015）其股东整体回报率 TRS（Total Return to Shareholders）达 13.5%，是财富 500 强企业中值的 1.7 倍。

2016 年全球 MAKE 大奖得主的平均收入回报率 ROR（Return on Revenues）为 16.9%，是财富 500 强企业收入回报率中值的 1.7 倍。全球 MAKE 大奖得主的平均资产收益率 ROA（Return on Assets）为 6.6%，是财富 500 强企业资产收益率中值的 2.8 倍[2]。

2 MAKE 奖在中国的发展

作为全球范围内有影响力的知识管理奖项，MAKE 一直迟迟无缘中国的企业。间或偶有中国企业被提名，例如 2010 年有中国内地的企业进入 2010 亚洲 MAKE 提名目录，虽然最终没有获奖，但是 MAKE 已经逐步进入中国企业及组织的视野。

2.1 首届中国 MAKE 奖

当亚洲、欧洲、印度、印度尼西亚和北美地区都陆续设有国家级或洲际区域性的 MAKE 奖项后，MAKE 奖项于 2008 进入香港，由香港理工大学知识管理与创新研究中心组织评选[5]。随着国内知识管理界呼声不断增高，经过努力，香港理工大学知识管理与创新研究中心于 2011 年邀请知商网作为内地的授权承办单位，开始举办中国 MAKE 奖的评选。

当年，中国内地共有 7 家企业获得了 2011 中国 MAKE 奖，获奖组织名单如下（按公司英文名称排序）：宝山钢铁股份有限公司、招商银行远程银行中心、招商证券股份有限公司、福建网龙计算机网络信息技术有限公司、西门子（中国）有限公司、青岛啤酒股份有限公司、用友软件股份有限公司。

经过选送，其中有 3 家组织还获得当年 2011 年亚洲 MAKE 奖：招商银行远程银行中心、福建网龙计算机网络信息技术有限公司、西门子（中国）有限公司。这是一个非常好的开始，说明经过多年的努力，中国内地的知识管理水平逐步得到提升，开始在世界的舞台上展露头脚。

2.2 中国 MAKE 奖后续发展

自 MAKE 奖走入中国后，从 2011 年开始到 2016 年年底，已经在中国内地连续进行了 6 届评选，历年获奖组织。见表 1。

2.3 参加 MAKE 奖评选的过程

在中国内地，想参加 MAKE 奖评选的企业或组织，一定要做好统筹规划，注意参选流程的重要时间节点。

（1）3-5 月份：参选报名及报告撰写阶段。在该时间段，欲参选的中国内地企业需要向知商网（www.51km.com.cn）报名，按照提供的模板进行材料撰写并提交。

知识管理论坛，2017(3):250–256
DOI：10.13266/j.issn.2095–5472.2017.027

表 1 中国 MAKE 历年获奖组织名单

年份	获奖数量	获奖组织名单
2011	7	宝山钢铁股份有限公司、招商银行远程银行中心、招商证券股份有限公司、福建网龙计算机网络信息技术有限公司、西门子（中国）有限公司、青岛啤酒股份有限公司、用友软件股份有限公司
2012	7	宝山钢铁股份有限公司、华夏基金客服中心、招商银行、招商局地产控股股份有限公司、招商证券股份有限公司、金蝶软件（中国）有限公司、西门子（中国）有限公司
2013	5	宝山钢铁股份有限公司、招商证券股份有限公司、CCDI 悉地国际、天华建筑、广东省中医院
2014	9	宝山钢铁股份有限公司、招商银行、青岛啤酒、天华建筑、广州越秀集团有限公司、远东控股集团有限公司、中国人民财产保险股份有限公司、中粮营养研究院有限公司、安永华明会计师事务所
2015	3	中粮营养研究院有限公司、远东控股集团有限公司、安永华明会计师事务所
2016	6	新东方科技教育集团有限公司、中粮营养研究院有限公司、上汽通用汽车有限公司、安永华明会计师事务所、华夏基金管理有限公司、建发房地产集团有限公司

（2）6-7 月份：网上评选及现场答辩阶段。在该时间段，一般会有两轮筛选过程，第一轮是网上评选，第二轮需要到现场答辩（一般是在深圳）。7 月底会揭晓中国 MAKE 获奖名单。

（3）8-10 月份：亚洲 MAKE 奖选送及评选阶段。在该时间段，组织方会从中国 MAKE 获奖名单之中选择优秀的企业或组织代表，选送到亚洲进行亚洲 MAKE 奖评选。

（4）11-12 月份：全球 MAKE 选送及评选阶段。在该时间段，组织方会从亚洲 MAKE 获奖名单之中选择优秀的企业或组织代表，选送到全球进行全球 MAKE 奖评选。

对于最终获奖的企业或组织，会收到参加 MAKE 颁奖典礼的邀请，活动时间会在 12 月或来年 1 月份。对于其中优秀的案例，企业或组织还会受到邀请，做实践专题分享演讲。以前亚洲区 MAKE 颁奖典礼，会放在韩国首尔与世界知识论坛（World Knowledge Forum, WKF）一起举办。最近两年亚洲区 MAKE 的颁奖典礼，都放在香港与亚洲知识论坛（Asian Knowledge Forum, AKF）一起举办。

3 MAKE 奖参选见闻与思悟

3.1 MAKE 奖参选经历

作为中国内地最早关注、参与 MAKE 奖申请与角逐的实践者，笔者曾经率领西门子中国参选并获得 2011 年、2012 年中国 MAKE 大奖以及亚洲 MAKE 大奖。此后，又率领中粮营养健康研究院参选并获得2014年中国MAKE奖，在2015 年更是连升 3 级，摘取了 2015 年中国 MAKE 奖、亚洲 MAKE 奖及全球 IOU MAKE 奖。这是 2015 年唯一来自中国内地的企业打入全球 MAKE 奖，也是截至目前第二家获得全球 IOU MAKE 殊荣的中国内地企业，见图 3 所示：



图 3 笔者代表中粮营养健康研究院获得全球 IOU MAKE 殊荣

同时，笔者还与国内知识管理同行一起走出国门，积极与全球优秀知识型组织进行对标和学习，极大地开拓了视野，同时结识了许多国际同道中人。

2012 年 10 月 11 日，在韩国首尔举办的第 13 届世界知识论坛（WKF）上，作为中国内地获得 2012 亚洲 MAKE 大奖的代表，笔者受邀分享了西门子中国的知识管理实践。

2016 年 01 月 21 日，在香港举办的 2016 亚洲知识论坛（AKF）上，作为中国内地获得 2015 全球 IOU MAKE 大奖的代表，笔者受邀分

享了中粮营养健康研究院的知识管理实践。

3.2 参选 MAKE 奖的见闻

从 2011 年到 2016 年，笔者见证了中国企业在 MAKE 之旅中的全部过程。2011 年首次去韩国首尔参加 MAKE 颁奖典礼，当时与招商银行陈晓曦、知商网陈利华组成中国内陆 3 人行，第一次亮相，看到、听到其他优秀知识型组织的报告，感觉无论是实践做法、PPT 内容、语言交流、自信程度等，我们与标杆企业还尚有不少的差距。2012 年又与招商证券的林红、东软陈雪玲、招商银行姜蔚等人结伴，继续韩国之行，这一年笔者和陈雪玲都收到邀请并进行了实践分享。2014 年在香港与青岛啤酒姜宏、越秀集团江颖、远东控股任璐璐等一起同台演讲。2016 年我们再去香港参加 MAKE 颁奖典礼，队伍愈加壮大，与香港理工大学李荣彬、北京大学董小英、台湾交通大学陈永隆、中粮牛兴和等人（见图 4），同其它国家及地区的知识管理者同聚一堂，坐而论道，毫不逊色。这从另一个侧面也说明中国内地企业整体知识管理水平的进步。



图 4 两岸三地知识管理者汇聚亚洲知识论坛

2015 年 1 月 12-15 日，2015 亚洲知识论坛暨 2014 年 MAKE 颁奖奖典礼在香港生产力促进局大厦举行。共有 21 位嘉宾发表了演讲并进行知识管理实践分享。其中代表有香港理工大学的 Eric Tsui 教授、新加坡陆军 BG ONG Ann Kiat 准将、青岛啤酒的张绍波部长、奥雅纳 ARUP 公司的 Ricky Tsui 博士、Woods Bagot 公司 Felicity McNish 女士、香港红十字会 Winnie Wan 女士、Infosys 公司的 Shyam 先生、安永公司 Brigitte Lreland 女士等。本次论坛中展示了不同组织的知识管理做法，非常具有启发性。无论新加坡军方的"Knowledge Tree"模型，还是印度尼西亚 United Tractors 公司的"K Diamond"模型，都非常有参考意义。印度 Infosys 公司从 1992 年即开始的知识管理之旅令人叹服。本次活动还安排了当地知识型优秀标杆组织的现场考察及参观，分别是香港生产力促进局 HKPC、奥雅纳 ARUP 公司以及香港中华煤气 Towngas。

2016 年 1 月 21-22 日，2016 亚洲知识论坛暨 2015 年 MAKE 奖颁奖典礼在香港康德思酒店隆重举行。来自中国、伊朗、印度、韩国、澳大利亚、印度尼西亚等 17 个国家及地区，覆盖能源、金融、制造、教育等各个行业的近 200 位知识管理界的专家学者、研究人员和企业高管汇聚一堂，围绕"All companies are the same, but how they manage their knowledge makes the real difference"的主题进行了深入的交流与探讨。主办方采取了自由商贸集市的形式，将精选的知识管理最佳实践企业和技术服务商的精华成果进行展示，与会者通过更为自由、灵活和高效的方式进行对话，更是可以直接与资深专家、学者进行面对面的交流和寻求咨询解惑。这种开放、活跃的集体体验式学习模式深受大家欢迎。多位知识管理界资深大咖相继亮相，头脑风暴轮番来袭。紧随理论和前沿资讯，实实在在的干货列队呈上。之后还安排参观了 CLP 中华电力以及香港警察学院，也非常有特色。

3.3 参选 MAKE 奖的感悟

参加 MAKE 奖评选虽然会花费一些时间和精力，但是对企业的好处也是显而易见的。

首先，在申请 MAKE 奖的过程中，需要按照 MAKE 奖评选的 8 大标准进行工作总结和提炼升华，这无疑是一个找出自身优势及问题的契机。内部知识管理推动者除了头拱地做事，也需要定期反思和总结。在现场答辩与后期沟通过程中，每年会有经验丰富的 MAKE 评审团专家进行分析，给予一些极具建设性的改进建议，并获得与获奖组织交流知识管理最佳实践

知识管理论坛，2017(3):250-256
DOI：10.13266/j.issn.2095-5472.2017.027

的机会，这对于进一步提升组织的知识管理水平至关重要。

其次，通过 MAKE 评奖活动，也能极大地提升组织品牌的知名度，树立其在知识管理届良好的口碑和影响力[3-4]。例如宝山钢铁股份有限公司，2014 年发布的年报中，除了收入、利润等财物指标之外，也会把获得 MAKE 奖作为一项重要的收获。笔者所在公司获得 MAKE 大奖后，经常会收到外界公司要过来参观的诉求，这样会促进和其他公司的交流和合作。相互激发，相互印证，思考未来提升改进的空间。只有站在更高的视野来重新审视自己，才能发现未来改进的空间。

此外，参加 MAKE 评奖也是向内传达声音的好机会。俗话说，墙内开花墙外香。实施知识管理的难题之一就是要面对组织内不同的声音，争取到更多的资源。如果有外界的认可和褒奖，内部的杂音和阻力相对会变小。内部推动者得到外界的证明，会更有信心和底气；团队得到认可和激励，会更有士气和自豪感；领导看到成绩后，也相对会多一些资源支持。一定程度上，参加 MAKE 评奖，是另外一种形式的内部宣传和引导。

当然，如何提升 MAKE 获奖的胜算几率，最重要的还是打铁还需自身硬。当然，除了自身的水平和日常积淀外，如下一些经验和技巧可做借鉴。

3.3.1 准备材料需要详略得当

专家评委首先接触的是 MAKE 奖申请材料，第一印象和观感非常重要，因此要多花心思在申请材料的撰写上。目前材料分企业背景、知识管理活动及补充材料三大部分。其中知识管理活动是主体，按照 MAKE 奖评选要求的 8 个评估维度进行撰写（备注：中文材料模板中每个维度下又细分为 5 个子领域，英文模版中没有细分要求）。针对每个专题进行描述，既需要高屋建瓴，进行提炼概括和萃取总结；又能够见著于微，有具体数据及案例支撑。因此还是很考究水平的。

在撰写申报材料时，应该多发挥集体智慧，通过协调内部各个部门的资源来合作完成。2011 年，笔者在西门子中国撰写 MAKE 案例的时候，就先邀请了公司战略部、品牌部、人力资源部、管理培训学院、知识产权部、信息管理部等相关部门，分解任务并说明写作要求，然后让每个部门根据自己的特长领取一块内容进行撰写，最后再进行收集、统稿及优化。这样协调的工作量会增大，但是不存在盲点，许多信息都是第一手的资料。在完成工作的同时还能获得了许多战略盟友，如果最终能够获奖，则皆大欢喜，大家的参与感和认同感会油然而生。

3.3.2 现场答辩需要突出亮点

MAKE 评奖的第二关是答辩关。一般答辩地会选在深圳（例如博林诺富特酒店）。现场答辩通常会给每个企业 40 分钟的时间：5 分钟介绍评审基本情况，20 分钟由参选组织进行演讲，10 分钟进行评委提问和应答，最后 5 分钟则是参选组织离场后，评委讨论答辩情况。答辩时有计时器提醒，会严格控制答辩时间，因此一定要提前演练，在规定的 20 分钟内说清楚自己实践的特色和亮点。一定要避免泛泛而谈，撒胡椒面。

2015 年，笔者代表中粮营养健康研究院参加MAKE现场答辩，主线就是突出如下 3 个亮点：

第一，在规划高度上，实现了知识驱动的战略卡位，技术、管理、文化三位一体，部署 C3 大平台为研发设计贴身的知识服务及产品；

第二，在运营过程中，秉承敏捷迭代、小步快跑的互联网思维，以游戏化积分机制贯穿激发动力，通过文化氛围营造来提升组织的创新能力；

第三，在思维方法上，以经营人对峙管理事，通过知识情景化让知识融入工作，运用微流程实现知识驱动的业务流程及应用的重构。

此外，PPT 呈现非常重要。评委们见多识广，一定要尽量抓住他们的眼球，多用图片、动画、数字等，避免审美疲劳。现场答辩除了演讲人，最好配备一名助手协助签到、沟通、拍照、纪录等事务性工作。注意千万不能迟到，事前到答

辩现场踩点，充分做好准备是必不可少的。

3.3.3 重视评审专家的提问和建议

参加 MAKE 评奖，重在过程。对于现场问答互动环节，要充分重视评审专家的提问和建议。评委专家的问题往往一针见血，不必避重就轻，真实回答就好。回答时力求言简意赅，避免解释纠缠，争取让每个专家都能问到自己。答辩者安排助理做好记录，对评审专家的问题可以事后做复盘和分析。在后续工作推进时可以考虑其中可行有效的建议。

记得 2014 年，笔者代表中粮营养健康研究院进行现场答辩时，专家层建议要加快研究院开放式创新大生态系统平台的建设，彰显中粮国家队影响力，让更多的用户受益。同时需要加强对集团其他部门的辐射及拓展，与时俱进。进一步丰富内容，并适度考虑大数据智能化的应用。这些反馈带回去后，有些建议就重点安排在 2015 年工作部署中。再到 2015 年答辩时，大家会发现其中的进步。虽然评委专家每年轮换，可是努力和工作不会白费，字里行间能够让在座的每一位专家感受到组织的诚意，从而赢得良好的印象加分。

4 结论

每年随着 MAKE 奖评选尘埃落定，都会有几家欢乐几家愁。中国内地越来越多的组织开始逐渐意识到国际对标的必要性，会有更多的组织将视野拓宽到世界更大的范畴。MAKE 奖小而美，可依然会牵动千家万户的心。每家组织也可以在历年的 MAKE 奖评选中认识到自己的点滴进步。积跬步以致千里，知识管理之路需要的是一份持之以恒的坚守。

未来，相信会有更多的中国的企业加入到 MAKE 奖项的角逐。一方面，竞争肯定会加剧，组织获奖的难度会加大。但是另一方面，这也预示着越来越多的中国企业一起加入思考如何通过知识创造价值的行列，在中国从“制造”向“智造 / 创造”进行战略结构的大调整和转型过程中，这将是一种强有力地催化剂和推动力。

参考文献：

[1] KNOW 网络 . Latest MAKE Summaries [EB/OL]. [2017-06-01]. http://www.knowledgebusiness.com.

[2] 王德禄 . 知识管理的 IT 实现——朴素的知识管理 [M]. 北京 : 电子工业出版社 , 2003.

[3] 吴庆海 , 王猛 , 夏敬华 . 知识 + 实践的秘密 [M]. 北京 : 世界知识出版社 , 2015.

[4] 吴庆海 , 王宝明 , 宫元年 . 知识 + 实践的秘密 II[M]. 北京 : 世界知识出版社 , 2017.

[5] 香港理工大学知识管理创新研究中心 [EB/OL]. [2017-06-01]. https://www.polyu.edu.hk/ise/kmirc/.

Benchmarking with the Global Most Admired Knowledge Enterprise Oscar—MAKE Award

Wu Qinghai
SunXZ Network Technology Ltd., Beijing100083

Abstract: [Purpose/significance] the global Most Admired Knowledge Enterprises (MAKE) is the most authoritative international knowledge management award. Currently, the holistic introduction about MAKE award is rare in the official journals, let alone the first-hand experience. **[Method/process]** Based on the analysis about annual MAKE winners and released reports, combined with years of personal participating experience in the MAKE award competition, the systematical body of knowledge about MAKE awards wasintroduced, including the basic situation, the evaluation criteria, the evaluation procedure and lessons, etc. **[Result/conclusion]**As more and more enterprises begin to take a broad view of the world, there is no doubt that it has of great significance to those organizations who aspire to excel and participate in the international benchmarking stage.

Keywords: knowledge management most admired knowledge enterprises MAKE award benchmarking